

年頭所感 財団法人関西情報・産業活性化センター 会長	川上 哲郎.....	1
特集テーマ「ユビキタス社会構築をリードする情報基盤と経営組織」		
平成15年度情報化月間行事 ITシンポジウム「Info-Tech2003」要約		
・基調講演「これからの国際競争力とIT戦略」		
財団法人経済同友会 代表幹事		
/日本アイ・ピー・エム株式会社 代表取締役会長	北城 悟太郎.....	2
・特別講演「ユビキタス・ネットワーク時代の経営革命」		
モバイル・インターネットキャピタル株式会社 代表取締役社長	西岡 郁夫.....	8
シリーズ関係団体インタビュー		
vol.003「財団法人関西社会経済研究所」.....		14
KIIS事業活動		
「eおおさかiDC」の活用		
財団法人関西情報・産業活性化センター iDC事業部.....		16
電源地域振興方策調査について		
財団法人関西情報・産業活性化センター 地域振興事業部.....		20
行政の情報化に関するアンケート調査の概要		
財団法人関西情報・産業活性化センター 調査事業部 研究員	石橋 裕基.....	23
シリーズ研究員コーナー		
財団法人関西情報・産業活性化センター iDC事業部 研究員	芝原 努.....	27

特集テーマ「ユビキタス社会構築をリードする情報基盤と経営組織」

「ユビキタス・ネットワーク」、「ユビキタス・コンピューティング」をテーマにした、いろいろなイベントが行われています。以前は『ユビキタス(Ubiquitous)とは、ラテン語で「遍在」「いつでも、どこにでも存在する」という意味ですよ』と、注釈をつけていましたが、今では説明が不要なほど、十分市民権を得た言葉になった感じがします。

KIISが情報化月間行事として毎年秋に実施しているITシンポジウム「インフォテック」では、既に一昨年から「ユビキタス」をテーマにして実施しており、数ある「ユビキタス」イベントの中でも老舗ではないかと、自負しております。

携帯電話や携帯端末に象徴されるように、通信やハード技術の進歩にはめざましいものがあり、当分の間はさらに進化を続け、eビジネスも拡大の一途をたどると思われます。しかし、もっと重要な変化が起こりつつあります。それは、ハードや技術を使いこなす側の組織や組織を支える人間の変化です。つまり、ユビキタス社会が既存のビジネスにも大きな影響を与え始め、ビジネスを支える企業や団体の仕事の取り組み、その組織や経営方針、さらには組織を支える人材育成まで大きく変わらざるを得なくなってきているということです。

本号では、今年度の「インフォテック」の統一テーマであるユビキタス社会に適した経営戦略、事例に焦点を当てて、ご講演をいただきました内容を特集としてまとめ、ご紹介させていただきます。

特に、経営者層等トップ及びミドルの皆様にご一読いただきたく、組織の経営課題をユビキタス社会に相応しく改革するための一助になれば幸いです。



年 頭 所 感

財団法人 関西情報・産業活性化センター
会長 川上 哲郎

新年、あけましておめでとうございます。

昨年、日本の経済は、穏やかな回復基調となり、特に厳しい状況が続いてきた関西でも、失業率が下げ止まり、設備投資も全国平均を上回って増加に転じ、企業体質も改善傾向となり、長い低迷から脱して、回復への希望が感じられた年でした。

KIISの事業も、昨年、大きな転機を迎え、新たな事業を始めることになりました。都道府県レベルでは全国初となる大阪府立インターネットデータセンター(通称eおおさかiDC)の運営管理を、大阪府から受託し、7月から本格的に事業をスタートいたしました。首都圏のバックアップ機能を果たしうる本格的な機能を持った初の公共的な施設として、さらに関西地域の行政・地域・企業のICT(*1)基盤の中核として、今後一層の活用が期待されるところであります。一方、KIISが従来から重点事業として継続してきた行政・地域情報化フォーラムや、企業のICT化支援事業等は、今回のeおおさかiDCの運営開始により、ソフトに加え、ハードの面でもIPv6(*2)対応等質の高い支援が可能となり、ソフト・ハード一体となった総合的な支援体制も整ったこととなります。

iDCにつきましては、KIISは運営するだけではなく、活用にも積極的に取り組んでいきたいと考えております。その中心的事業となるのがCDC(コミュニティデータセンター)事業です。この事業は、全国初の本格的な官民連携による地域ポータルサイト「eOsaka」を核にして、市民あるいは企業人に対してさまざまな情報提供、ワンストップサービスなどを提供することによって、市民活動や産業の活性化を支援することを目指しており、すでに、昨年の11月17日からホームページをオープンし、次年度からは一層の充実を図っていく予定しております。

さらに、iDCを活用した行政のERP(業務と組織の再構築)や、部局や市町村、府県といった従来の縦割り行政の枠を越えた広域連携システム

の構築等、様々な分野にもチャレンジしてまいりますので、関係者の方々の一段のご支援・ご協力をお願い申し上げます。

次に、地域活性化関連事業については、昨年4月に、地域振興事業部に、情報化による教育普及事業部門を統合して一本化し、一体となって事業を展開してまいりました。本年は、ブロードバンドを活用した観光支援事業等新たな取り組みを始めるとともに、既存事業の抜本の見直しを継続しつつ、JUAS((社)日本情報システム・ユーザー協会)等関係機関との連携を深め、より充実した教育普及事業を展開してまいります。

その他、システムソリューション関連事業では、健康保険組合さま向けのインターネットサービス事業において、携帯端末でのサービスを開発し、提案営業を開始しましたが、本年は、こうした提案営業活動に、さらに注力してまいります。

本年も、ICTの社会・技術動向や、e-Japan戦略を始めとした施策をベースに、会員、自治体、学会等関係者の方々とのコミュニケーションを強化しつつ、机上の空論ではなく、実効性が高く、実務的に有益な様々な事業に取り組んでまいりたいと、職員一同決意を新たにしております。

関係各位の一層のご指導、ご鞭撻を賜りますようお願いして、年頭の挨拶にさせていただきます。

*1 ICT: Information Communication Technologyの略。日本で頻繁に使われている「IT」という表現だが、国際的には、コミュニケーションを加えたICTという用語が一般的によく使われている。

*2 IPv6: インターネット上のアドレスを現在の32ビットから128ビットにした新しいネットワークサービス。現在の32ビットでは、今後数年でアドレスが不足すると予測されており、情報家電等今後のネット接続機器の増加に伴い、普及が加速するものと思われる。

本号では、平成15年10月29日・30日に大阪市内で開催致しましたITシンポジウム「Info-Tech 2003～ユビキタス社会構築をリードする情報基盤と経営組織～」から、特にご好評をいただきました基調講演及び特別講演について、事務局にて要約したものを紹介致します。

平成15年度情報化月間行事 ITシンポジウム「Info-Tech 2003」

基調講演 「これからの国際競争力とIT戦略」



社団法人経済同友会 代表幹事

/ 日本アイ・ビー・エム株式会社 代表取締役会長 北城 恪太郎

本日は、ユビキタス社会の中で、日本企業がどのように国際競争力を構築していくべきか、その中でIT技術をいかに活用していくか、というお話をさせていただきます。

日本経済は今、回復の基調にあると思います。しかし、この先景気が引き続き回復していくためには民間が継続した企業努力をしていくことが大事だろうと思いますが、その企業努力をする中で日本企業の競争力はどうか、将来に向けて何をしたら良いのか、特に情報技術というものは非常に発展している技術ですので、こういった新しく発展する技術を企業経営にいかにか活かしていくか、ということが経営の大きな課題ではないかと思っております。

日本の国際競争力

日本の国際競争力はどうなっているか。これはよくご存知のIMD(国際経営開発研究所)というスイスのビジネススクールが毎年出している各国の国際競争力のランキングですが、日本は今、11位。30カ国中11位ですから、大変強いところもあるけど課題もある、ということだろうと思います。

日本はどういうところが評価されているのかというと、例えば社員教育の重視とかお客様満足という取り組みに対しては非常に高い評価があります。また、産業の生産性もわりと高い評価を得ていて4位です。

逆に企業倫理は12位。株主価値の重視や、起業家精神・新しいものに挑戦すること、になると最下位の30位です。その一つの理由は、ベンチャー経営者という

ものがあまり社会的に評価されていないということだと思います。

日本の競争力に課題がある中で、企業経営はどのようにして競争力を高めていったら良いのか。規制の撤廃、あるいはグローバル化の進展、技術革新などで競争のあり方も非常に変わってきていますし、市場も変化してきています。インターネット等の利用によってお客様が色々な情報を得ることが出来て、お客様が製品とか会社を選ぶ時代になってきましたし、労働市場も流動化してきています。また中国のように非常に競争力のある、特に製造業の競争力のある国が、国際競争に参加してきたということも大きな変化と言えます。

日本としては、例えば工場立地の観点で優れた中国などの発展途上国の労働力を利用する、といった産業のあり方を考えると、中国市場への販売を通して事業を展開していくといったようなことを考えなければなりません。日本企業の競争力といった観点では中国を抜きにして語ることは出来ません。

企業経営の変革

「お客様価値の創造」と「高効率経営」

企業の競争力というものを考える際に、2つの観点があると思います。一つはお客様にとっての価値、「何かこの製品は面白い。少し高いけれどお金を出しても良いからこの製品とかサービスを買おう。」というお客様にとっての価値をどのようにして作り出していくかということと、同じような製品とかサービスを

提供するのであれば、最も経営効率の高い会社が勝つ、ということですからいかに効率を高めるか、ということの2つの観点から考える必要があります。そしてどのような経営の仕組みを作るのか、あるいは経営者がどのように行動するかが大事なことだと思います。

まずはお客様にとっての価値をいかに作っていくか。これはどんな技術が出てきても基本的に変わらないことなのですね。インターネットバブルとか色々なことが言われましたが、結局お客様にとって価値のあるものを作った会社が成長して利益を上げてきているわけで、“価格”はお客様が決められる、市場で決まります。それはお客様が「良い」と思って払って頂ける金額が価値であって、いかにして高い評価を得るような製品、あるいは高付加価値の製品やサービスを作るかが大事なのです。そのためには簡単に価格競争に巻き込まれないようなものを作るとか、知的財産を利用するとか、お客様にいかに貢献するかなど色々なことを考えなければいけないということと、もう一つは技術革新によって新しい付加価値を作っていく、といったことをやっていかなければいけないわけです。

もう一つの高効率経営のことですが、これは実際の企業運営をいかに効率的に行うか、ということで、出来るだけモジュール化とかパッケージ化、部品の点数を出来る限り減らして製品を造ろうとか、全体の効率を考えた業務革新をしようという、いわゆるサプライチェーンをどのように作るかが大切なポイントとなります。ある部分の最適化から全体最適化のシステムを作らなければいけないとか、ITのように進歩する技術を経営に活かそうとか、あるいは暗黙知といわれる文章や数字に表せない価値、企業のノウハウをいかに組織の中で広く利用出来るようにするか等、色々なことを通じて日本企業というのは一層の経営の効率化を引き続きやっていく必要があるし、IT技術の活用も大事なテーマだと思います。

もう一つ効率経営の中で重要なことは、しばしば言われることですが事業の選択と集中です。とにかく自分の強いところをどうやって活かしてそこに経営資源を集中させるか、ということが重要です。私は10年ほど前に日本IBMの社長になりましたが、今、10年経

って振り返って撤退した事業を見て、「失敗した」と思うものは一つもありません。

また、企業が持続して発展していくためには企業の社会的責任という考え方も大事だと思います。これは“コーポレート・ソーシャル・レスポンスビリティ”という言葉で言われているのですが、特にヨーロッパで注目されています。社会から見て企業が「好ましい」と言われるような経営を続けることが出来るかどうか企業が企業の発展には重要で、この点はこれから日本企業が取り組むべき分野であると思います。さらに企業が継続して成長するためにはコーポレートガバナンス（企業統治）特に取締役会のあり方というものも考えていかなければいけないと思っています。

情報革命の現状と企業経営への影響

日本企業が競争力を持つための課題をお話しましたが、その中で特に環境の変化ということを取り上げてみると、実はこのネットワーク社会、いわゆるインターネットに代表されるようなネットワーク社会の到来が企業の経営に非常に大きな影響を与えているわけで、この大きな環境の変化を企業経営にどう活かしていくかということも重要な課題になります。

通信回線のコストが非常に安くなってきたおかげで、ブロードバンドが広く利用されるようになってきたこともネットワーク社会の大きな変化で、インターネットとブロードバンドによっても様々な変化が起きていると思います。

インターネットに関しては、“0”とか“無限大”とか“1”といった言葉で表現できると思います。例えばネットワークで処理する費用とかトランザクションの費用、コンテンツの費用など、同じようなサービスを提供するところが増えてくると価格が“0”に近づいていく、ということがあると思います。それから“無限大”というのは、インターネットにつなげば無限大の多数の人や大量の情報にアクセス出来るということです。また、“1対1”の対応も出来るということです。今までにないビジネスをすることが出来る可能性があります。しかもブロードバンドの導入によって高速で、なおかつ常時接続が出来る、このような

ことから色々な変化が起きてくる、そして全体としてのシステムとしての効率化もはかることができるし、一人一人のお客様にとっても好ましいサービスが出来るようになってきました。

その他に、経済的に意味があれば全てのものにコンピュータが導入され、商品にもコンピュータのタグが付くし、それがネットワークでも利用出来る。このような社会が出てきている、ということだろうと思います。

このような変化は企業経営にも大きな変化をもたらしているわけで、ネットワーク社会が企業側の色々な変化を加速させていると言えるでしょう。

IT活用の現状と課題

では、このように発展するネットワーク技術、あるいは情報技術をいかに経営の中に活かしていくか。実は経営者の方からするとまだまだ思ったようにはいかないというのが率直な実感です。例えば、需要が盛り上がった時に一気に製品を投入したいけれどなかなか思ったように生産が立ち上がらないとか、売れなくなったら直ぐに止めたいけれどなかなか急に生産を止められないとか、あるいは気温の変化とか社会行事に合わせて財布のひもがちょっとでも緩んだ瞬間に直ぐに即応出来ないとか小売業としてやっていけないとか、さらに、お取引先を含めた情報が解るような形で全体を最適化するような仕組みを考えないと利益が出ないというような社会になってきた。このような社会の変化はあるけれど、なかなか自社の経営の効率化は出来ない、というのが経営者の気持ちだろうと思います。「ワールドエコノミックフォーラム」というダボス会議を運営している団体の調査では、ITの利用に関して世界中82カ国を調べた時に日本はどのくらいの水準にあるのかと言うと、82カ国中20位と、あまり高くありません。また、平成15年度情報白書によると、企業が情報化投資をした時にどのくらい効果があるかで見ているのかについて、米国では、「十分成果が上がっている」と回答した経営者は22%、「ある程度成果が上がっている」という回答と合わせると7割くらいの企業がIT投資、情報化投資には投資効果があった、投資

して企業の業績に貢献した、と答えています。一方、日本の方は「効果があった」、「十分効果があった」、そして「ある程度あった」と思っている人を合わせても53%くらいですから、経営者はIT投資の価値を十分理解していない、ないしは十分効果が出るようなIT投資をしていない、ということかもしれませんが、情報技術の利用に関して特に経営に関する利用で言えば日本とアメリカの間には差があるということだと思えます。

このように情報技術の利用には課題がありますが、技術の進歩にともない、ネットワーク技術を含めていかに企業の競争力の強化にIT技術を利用していかかが重視されるようになってきました。私たちはネットワークを使ったビジネス形態ということで「eビジネス」という言葉を使っていますが、「eビジネス」はかつて仮想ビジネスと呼ばれることもありましたが、実際の「eビジネス」を実践する企業の中でも、お客様に価値を提供して評価して頂いて売上を伸ばし、利益を出しているような会社が生き残って成長を続けています。そういう意味で、「eビジネス」はリアルビジネスへと変化したといえるのではないのでしょうか。要するに当たり前のことですが、キャッシュフローがあって利益を出し、売り上げが伸びているような会社が持続的に成長していくということでしょう。

時代はオンデマンドビジネスへ

現在は、インテグレーション、企業内システムの生産とか物流など色々なシステムの統合が行われており、これから段々とオンデマンド、ダイナミックな統合をしていくように変わっていくだろうと思います。要するに市場の変化に合わせてそれをいかにセンス（感知）して、そして企業行動を変えるような形でシステムも変えていかなければいけない。ユビキタスのようにあらゆるところにセンサーが入ってネットワークで情報が取れるようになると、実際の市場の動きは刻々と把握出来るのですが、しかし把握したところでそれに合わせて企業の生産とか物流、販売などの仕組みが柔軟に対応出来なければ結局企業としての競争力を発揮することはできない、ということだと思えます。

そこで我々IBMは昨年、eビジネスというものは段々とオンデマンド型に変わっていくだろう、ということで「eビジネス・オンデマンド」という言葉を創り出したのですけれど、それは企業の中のプロセス、特にお取引先を含めたプロセス、あるいは販売をしていただくディストリビュータとか、あるいは営業部門とか、端から端まで全部ネットワークで接続され、なおかつシステムとしても統合され、そして市場の変化とかあるいは競争環境の変化に対して柔軟に対応出来るような企業のあり方でなければいけないし、ビジネスモデルを作らなければいけない。なおかつ、それを支えるITの仕組みを作らなければいけない、ということ唱え始めたわけです。

電子タグなどが出来れば、電子的な決済やあるいは電子的なキャッシュ、eキャッシュのようなことも出来るでしょう。逆にお店で今何が売れたのかという情報も全て分かりますし、誰が買ったのかも判りますので、そのお客様の属性も判ります。それに合わせてサプライチェーンも作れるでしょうし、商品計画も出来る、それに合わせた経営も出来るということですから、ユビキタス社会になって大量の情報を把握し、その情報を有効に活用するための後ろの経営の仕組みとして、オンデマンド型の仕組みを作っていく必要があるのではないか、と思います。

オンデマンド経営のための情報システム

オンデマンドの経営を出来るようにするためには、実は情報システムの方もそれに対応したような仕組みになっていなければなりません。情報技術の要素としては、インテグレーション（統合化）、オープン、仮想化、オートノミック（自律性）の4つが必要になるのではないのでしょうか。

インテグレーションに関しては、例えばサプライチェーンを考えるとお取引先の連携や、自社のシステムの整備も必要ですし、お客様とお取引、カスタマー・リレーションシップ・マネジメント（CRM）を進めるためには、会社の中も連携しなければなりません。また、電子的な市場でやり取りをすると、多様なお取引先と統合出来なければいけないので、ネットワ

ークも接続出来なければなりませんし、アプリケーションもうまく統合していかなければなりません。当然、業務の統合も必要になるわけですが、お取引先が多数になった場合には、やはりあるスタンダードが無いと統合化は難しいわけで、マルチベンダーとかマルチプラットフォーム、メーカーが違うだけでなく色々なシステムが使える、それをつなげるようなシステムとして構築されなければいけない。ネットワークのスタンダードはインターネット、あるいはTCP/IPという仕組みで標準化が行われたりすると、ソフトウェアならば例えばLinuxのようなオープンな標準、あるいはインターネットのやり取りをするXMLなどインターネットのサービスの色々な標準化があるわけですが、こういった標準を設定してそれに基づいてシステムを作らないと、色々な会社、様々な市場との取引が出来なくなるので、オープンスタンダードは非常に重要な基礎技術であると考えます。

そして将来的にはユーティリティ型のサービスになっていくでしょう。これは直ぐになる、ということではないのですが、コンピュータもあるいは情報技術も、水道、ガス、電気のように必要な時に必要なだけネットワーク経由で使う。そして使った分だけ支払いをする、というサービスもこれから出てくるのではないかと考えております。

将来的に、企業の経営というものは、一つはITの利用も部分最適化から動的な最適化を目指したITシステムへ、経営のあり方も個別最適化から企業内最適化へ、そしてお取引先を含めた全体最適へ、企業間を越えた全体最適を目指したシステムの方に進んでいくと思っています。

企業文化の変革

企業の経営そのものの仕組みも変わっていかないと、過去と同じような経営の仕組みでは環境の変化には対応出来ないと思いますので、最後に企業文化について少しお話しします。

企業経営は非常に大きく変化してきています。市場やお客様のニーズも変化し、情報技術も進んできています。ですから、変化に対応してお客様一人一人の二

ーズに対応出来るようなビジネスを目指していかなければいけない。あるいはスピード重視の経営をしなければいけない。変化は非常に早いわけで、出来るだけ権限を委譲して、スムーズな情報伝達を行うためにITの活用も必要ですが、段々とスピードの速い経営が出来ること自体が事業戦略ようになってきています。どんな製品が当たるか解らなくなってくると市場の変化の兆しを早くセンスして、センスしたら直ぐに意志決定して製品とかサービスを提供出来るような会社が強いです。そうなると出来るだけ現場で色々な意志決定が出来るような仕組みにしないと企業経営としてもうまくいかない、ということだろうと思います。

それから、こういった新しいサービスを創り出していくのは、結局、人が中心になるわけで、人が持っているノウハウとか技術が重要になってきます。働いている人達を単に頭数で考える従来の発想を切り替え、知的財産、人的財産という発想での人材育成も行っていかなければいけないし、社内の知識だけでなく社外との情報共有、プロセスの共有といったことが出来るような企業文化を創らないと企業として成功していかないでしょう。また、このような文化を持った新しい企業が次々と出てくるのが日本の経済を活性化することになる、と思っています。そういう意味で実は企業文化というもの非常に大事なテーマであると考えています。では、企業文化は誰が創るのか。これもいわゆる企業のDNAと言われるようなものですから、ある時に急に変わるというようなものではないのですが、やはり企業文化を変えるためには、経営者の役割が非常に大きいと思います。こういった企業文化の基になっているのは、いわゆる“パラダイムシフト”です。企業を取り巻く経営環境が大きく変わってきて、これまで日本が高い競争力を発揮してきたような規格大量生産や、大変勤勉で均質な労働者がいるということが前提になったビジネスの仕組み、あるいは改善活動を積み重ねていくという仕組みから、大量生産とは言いながら個々のお客様のニーズに対応出来るオプションとかフィーチャーといった色々な機能を含めて一人一人のお客様にとって好ましいものを提供していく仕組みが求められるようになってきています。モノだ

けではなく、サービスにも価値が出てくる。我々の周りの生活者産業といわれるところはもっとサービスが大事になってきます。例えば、どのような形でお客様に提供するか、提供するものだけでなく、お届けするタイミングとか届け方などによって価値を創造することが出来ますが、多様なサービスを提供するためには、多様な人材を使わなければなりません。パラダイムシフトが進む今日、改善も必要ですが、改革が必要であると思います。

常に変化できる企業を目指して

これからのリーダーのあり姿

企業の経営管理のあり方も、管理能力からリーダーとしての能力を重視する方向になっています。これまでの組織を通じた指揮命令からビジョン・方針・戦略を示したり企業行動を動かすことを重視したり、規則とか手続き重視から理念・原則を重視したり、経験とか前例重視から変革とか挑戦を重視するとか、分析力・判断力も大事だが先見性・実行力が大事になってくる時代であると言えます。そして単に売上を増やすというだけでなく、お客様の価値を大事にしていくこと、あるいは倫理観を重視していくこと、が求められます。社員に教育・訓練の機会を与えるため、一方的に教育するということから、機会を提供して動機付けをし、社員が自ら学ぶという仕組みを作っていくことも必要です。あるいは仕事だけではなく社会への貢献といったことも考えるようになることが求められます。これまでの管理型から、これからはリーダー型へという企業文化を創っていかなければなりません。

そして、リーダーとして、あるいは経営トップとして必要な資質として、まずはお客様がどのようなものを必要としているのか、市場が何を必要としているのかを洞察する、少なくとも他の経営者よりも早くそれをセンスする力も必要だと思えます。

それからブレイクスルー・シンキング、チーム・リーダーシップ、チームワーク、決断力、組織を作る能力も必要でしょう。さらに、非常に大事なものはパッションです。ビジネスに取り組む情熱が無いと成果は出ません。このようなリーダーシップは決して会社

の一握りのトップが持っていれば良いわけではなく、会社全体の組織の中に浸透していかなければなりません。

常に変化できる体質の企業文化を創り出すためには当然トップの役割は重要ですが、トップが全てを実行するわけではなくて、ミドルマネジメントもこういった文化を基にして新しい技術の動向を身につけながら新しい挑戦をしていくことが日本の企業、日本社会を活性化することになると思います。既存企業だけでなく新しいベンチャーも出てきて皆が挑戦することが必要ではないかと思います。

最後に、これはダーウィンが言ったとされる言葉なのですが、「最も強いものが生き残るのではなく、最も賢いものが生き延びるわけでもない。唯一生き残れるものは変化出来るものである」という言葉をご紹介します。これからも社会は間違いなく常に変化し続けます。社会の変化とともに変化出来る会社が強い会社である。つまり、変化出来るような企業文化を創り出す、あるいは組織運営が出来ることが重要であり、それが出来るような人材を育成していくことも重要なことである、ということを最後に申し上げて私の話はこれで終わりにさせて頂きたいと思います。どうもありがとうございました。

(文責：総務企画部)

特別講演「ユビキタス・ネットワーク時代の経営革命」



モバイル・インターネットキャピタル株式会社

代表取締役社長 西岡 郁夫

「ユビキタス」とは

私が“ユビキタス”という言葉は初めて聞いたのは1997年頃だったと思います。インテルの当時のCEOアンディ・グロブが、社内の戦略会議の中で説明したパワーポイントの資料に「ユビキタス・コンピューティングを目指して」という1行がありました。“ユビキタス”という言葉は聞いたことがなかった私は、「ユビキタスってどういう意味ですか？」と聞いたことを今でも覚えています。いまではすっかり耳慣れた言葉になってしまいましたが。

「ユビキタス」にビジネスチャンスあり

このシンポジウムのテーマになっている「ユビキタス社会」というのは、“ユビキタス・コンピューティング社会”とか“ユビキタス・ネットワーク社会”という意味合いで使用されていると思いますが、この「ユビキタス」においては、日本が非常にチャンスを持っていると思います。ユビキタス・コンピューティングを実現するための端末といえば、ノートパソコンやPDA、あるいは携帯電話です。この携帯電話の日本での普及の仕方が、世界の中でずいぶん先に進んで大きな市場が出来上がっています。だから、私は現在、ベンチャーキャピタルの会社「モバイル・インターネットキャピタル」を運営していますが、この市場を狙って、イスラエルやスウェーデン、アメリカなど世界中のこの分野で技術を持っているベンチャーが盛んに日本に来ています。

彼らに技術はありますが、市場が無いのです。これは、もの凄いいビジネスチャンスです。

だから今、この「ユビキタス」とか携帯電話に関しては、日本はお陰様で非常に高い地位にあります。

日本の携帯電話の普及、海外からも注目

スウェーデンのストックホルムに“エグゼクティブ・サロン”という非常に権威のあるサロンがありますが、この10月14日にドコモの立川社長とご一緒に招かれまして「ワイヤレス・アプリケーション」というテーマで講演をしてきました。立川社長は『ドコモの3Gから4Gの戦略』という講演をされましたが、このようなところに2人が講演に招かれるのは、やはり彼らは日本の携帯電話市場というものを真剣に見ているということです。スウェーデンはご存知の通り世界一のIT立国です。そのスウェーデンですら日本の携帯電話には「負けた」と思っていることがあるのです。アメリカのニューヨークでも同じ経験があるのですが、いつも会場からの質問は「なぜ日本だけこんなに携帯電話が急速に普及するのか？」でした。私の答えはいつも“Because, human beings are mobile.”「私たち人間は動き回っているじゃないか、動き回っている私達に情報提供すべき端末が電話線に繋がって机の上にジッとしていてはダメ」ということです。もう一つ彼らももっと知りたいことがあるのです。今でも世界中どこを歩いても、彼らは携帯電話を耳に当ててしゃべっています。「そんなこと当たり前だ」と言う人が日本人でいたらちょっと遅れていると思います。私達は携帯電話を目で見て情報を読んで使っています。それが当たり前になっています。私は新幹線の中では、ほとんどこれで仕事をします。パソコンへのメールは全部携帯に転送しているので、携帯で全部返事を書きますし、秘書や部下にもメールで指示を送ります。若者たちはメール以外にいろんな楽しい情報を読んでいます。昔はパソコンからのインターネット・アクセスの普及が大変遅れていた日本人が携帯電話からのイン

ターネット・アクセスで世界を完全にリードしているのです。これがヨーロッパでもアメリカでも不思議で仕方無いらしくて、「とにかくこの秘密を教えてください！」というような感じです。

アメリカ人もヨーロッパ人も真面目だから、彼らの遅れの理由を「ビジネス・パーソンの生産性を上げられるキラーアプリケーションが無いことだ」と考えています。

なぜ日本でこれほど携帯電話が普及したのか

では、なぜ日本はこれほど携帯電話が普及したのでしょうか。私がちょうどシャープのコンピューター事業部長時代ですが、第1世代の携帯電話がモトローラから出ました。大きくて重たいから肩からストラップで掛けるショルダー型のものでした。これはステータスシンボルでした。なぜか。ステータスとして以外には何も意味は無かったからです。

ところが、その第1世代の携帯がアメリカではものすごく売れました。買ったのは“ビジネス・パーソン”（“ビジネス・マン”と言ってはいけません。女性無視になります）です。彼らが携帯電話を買うと同時に買ったものがあります。それは、ページャー、日本で言うポケベルです。ページャーが大流行しました。なぜかと言うと、第1世代の携帯は電池の寿命が非常に短くて、電源を入れたまま電話を待っているだけで電池がどんどん減っていき、肝心の電話をする時には、「もしもし」と言ったら電池切れでもうおしまいという状態だったからです。ページャーは、その対策として使われました。ページャーにまず「シャープの西岡だ。相談があるから携帯電話の電源を入れよ」とメッセージを入れると相手が携帯の電源を入れるという具合でした。そのくらい電池が弱かったのです。メーカーの努力によって、携帯電話の電池も長持ちするようになったので、アメリカ人は今では安心してしゃべれるようになりましたが、使い方の面では、全然進化していません。私はアメリカで講演する時に、「あなた達の携帯電話はテクノロジー・ドリブン(Technology-Driven)だが、日本の携帯電話はカルチャー・ドリブン(Culture-Driven)だ」と説明しています。スウェーデ

ンでも、すごく受けました。

なぜ日本はカルチャー・ドリブンなのか

アメリカでページャーが普及した当時、日本でもページャーが普及しました。日本では“ポケベル”と言いましたが、私も含めてほとんどの人（ビジネス・パーソン）は買っていません。それなのになぜ、あんなにブームになったかと言えば、女子高校生あるいは中学生が買ったからです。彼らはお互いの連絡にポケベルでメールのやり取りをしていたのです。メールの字数制限がありましたが、彼女達は色々な“アプリベーション”(abbreviation: 略語)を作って克服しました。例えば「7時に梅田で会いましょう」という文章を3、4文字くらいで相手に伝えていました。皆さんもよく覚えておられるでしょう。

そのポケベルで大成功したサービス会社がNTTドコモです。当時は“ドコモ”ではなくてNTT移動体通信網(株)という名前でした。大星公二さんがNTTからNTT移動体通信網に移った時、売上はNTTグループ全体の売上の0.8%でありました。その小さな会社が大星さんたちの努力で時価総額1位の会社になったのです。メールでポケベルを大成功させたドコモの人達のDNAの中に「ネットワーク情報端末のキラーアプリはメールだ!」と入ったと思います。ですから、ドコモから携帯が出た時にメールやインターネット・アクセスを効率的に行える“パケット技術”というものが入っていたのです。これは僕のゲスですがね。パケット技術が無かったら、メールを読んでいる間も、返事を書いている間もお金が掛かるということで普及しなかったと思います。

日本で、第2世代の電池寿命の永くなった携帯電話が市場に出回ったとき先を競って買い求めたのは、ポケベルでメールを楽しんだ女子中高生でした。どの家庭でも一番最初に携帯電話を買ったのは、やはり子供だったのではないのでしょうか。日本人は子供を甘やかします。それが、この日本の携帯電話の普及、モバイルインターネットアクセスでは、世界のトップになるに至ったわけです。中国も同じ発想です。子供のことなら親は辛抱します。だから今、中国がすごい。中国

が日本を急追し一部追い越してしまいました。

そのような意味から、私はこの「モバイル」、日本の携帯電話というものがカルチャー・ドリブンである、と言ったわけです。カルチャー・ドリブンの強さというものはそこにマーケットが確立していることです。そこに色々なアプリケーションが出てきます。なかなかインターネットで普及しなかったEC（電子商取引：Electronic Commerce）が、携帯で普及し始めています。では、なぜ人は携帯でもものを買うようになったのでしょうか。

なぜパソコンを使ったインターネットでECが普及しなかったか？ についてお話ししましょう。

パソコンを使ってインターネットでもものを買うECの普及が始まった時、「あんな電子カタログでものが解るのか？」ということが議論されました。しかし、もしそれが理由だったら携帯でも買えるわけがないのです。だから、買わない理由は、それとは違うところにあるということです。

かつて米国で、「オートバイテル・ドット・コム」という自動車売るサイトが一大ブームを巻き起こしました。その成功の理由は一つです。売れた車種を見れば解ります。ベンツ、BMW、ポルシェなどの高級車の新車がばんばん売れました。つまり、こういう高級車を買う人は、色々なディーラーに行っているいる車種を実際に比較して決めるという人はいない。こういう人はリピーターで、極端に言えば型番と色だけで決めるわけですから電子カタログを見る必要は無いのです。注文して、手元に届くものは分っている。あのベンツです。しかも、オートバイテル・ドット・コムの場合、インターネットで発注すると、そのデータが傘下の全米2800社のディーラーに行って、ディーラーが応札価格を自らの経営判断で出します。自由価格競争ですから客は安く買えます。ベンツが10%安く買えればいいでしょう？ だからどっと売れました。ここが重要なところで、日本の場合、ディーラーはメーカーの系列下ですからどこでも値段は一緒です。これでは上の仕組みは機能しません。そのように考えると、ネット販売で重要なことは電子カタログ云々という話ではないのです。ユーザーにどんなメリットを提供できるかで

す。そうであれば携帯電話で十分でしょう。これからは携帯でのネット販売は絶対に重視する必要があります。

もう一つ日本では問題があります。パソコンを使ったインターネットでECが普及しなかった最大の理由は決済方法です。インターネットでクレジットの番号を入れて発注した時、受けたお店、ネット販売している会社は小さい会社が多いのですが、誰が受けているのかユーザーにはわかりませんから心配です。誰か分からない人にクレジットカードの番号を教えるのには不安があります。だから私達はちょっと慎重にならざるを得ないのです。

今は色々な仕組みがあって、まずNTT東日本がリバイセンターというものを立ち上げました。私達があるショップにECでクレジットカードの情報を入れて発注すると、リバイのサービスに入っているお店の場合、NTTがクレジットカードなどの重要な部分は抜き取ってしまい、店を経由しないでクレジット会社に直接決済するようになっているため、お店側からはクレジットカードの情報は一切見られないようになっています。それがリバイセンターの安心できる仕組みです。しかし、これは非常に良い発想だったのにうまくいきませんでした。なぜリバイセンターはうまく行かなかったのでしょうか。それは、手数料を4%も取るということです。クレジットカードの手数料プラス4%の手数料をNTTはお店から取るわけですから普及するわけがないんです。せっかく良い発想なのですがね。

なぜ携帯でECが有望なのか

ドコモでコンテンツがあれだけ売れた理由は何か。それは私達がコンテンツを読んだ時に、ドコモに払う通信料の中にコンテンツ料と一緒に取って、それをコンテンツ業者に払ってくれているからです。コンテンツ業者はお金を儲ける仕組みがあるから、どんどん良いコンテンツを作っている、これは非常に賢いやり方です。

PCを使ったECにも、このことが起こればもっと良いのですがNTTは保守的でこのサービスを一向にスタートしません。

ところで、なぜ携帯でECが有望なのか、と言うと遂にドコモとKDDIが料金の中でECの決済をスタートさせております。ユーザーはドコモが月額1万円まで、KDDIは3ヶ月以上契約している成人には月額3万円(3ヶ月以内の成人には1万円)までの決済代行を始めたのです。手数料もクレジットの手数料と併せて4%程度だったと思いますが、これはきっと成功しますよ。

ところで、この後ちょっとユビキタス・コンピューティングのパソコンの方に話を振りたいなと思っております。その前に、ちょっと言いたいことがあります。

ユビキタス・コンピューティング社会の問題

これからは携帯電話で色々なことが出来るようになります。セブンイレブンでも携帯で買い物出来るし、先ほど“スルッとKANSAI”というカードの話がありましたけど、そのうちポケットに携帯電話を入れておくだけで改札では何もせずに通れるようになるでしょう。これはすごく便利だけど、一体どんな社会になるのかな、と思った時に、若干の危惧を感じざるを得ません。それは何かと言うと、例えばセブンイレブンで携帯電話だけで決済が終わったとします。でも、セブンイレブンはドコモで、エーエム・ピーエムに行くとJ-フォン、京王電車に乗ろうと思ったら「auですよ」と言われたらどうなりますか。財布を持たなくて良くなった、と思っていたら、財布の代わりにポケットには各社の携帯を入れておかないといけない。しかも、ものを買う時の入力の手続き、手順が違うとなると間違いも起きる。こんな時代になったら問題ですね。何故こんなことを心配するかというと、私達日本人はしばしば全体最適を考えずに、部分最適だけを考えます。ドコモとセブンイレブンだけの部分最適は社会全体の最適解にはなりません。社会にとってトータルでどうなるのかという見識、つまりランドデザインを考えている人が誰もいない。だから一見便利のような仕組みも将来、様々な問題を起こすこととなります。

例えば、JRのプリペイドカードは私鉄や地下鉄では使えません。JRだけが特殊です。だからラッシュアワ

ーの改札で、あっちでもこっちでも「ピンポーン！」と警告音が鳴って、人々がぶつかっています。なぜそんなことが起きるのか。私鉄と地下鉄で共通に使えるカードがJRだけ使えないからです。JRだけが特殊です。JRにはインターオペラビリティ(Interoperability: 相互運用性)という発想が全く無いからこのような見苦しい不便を社会に垂れ流すようなことが起きる。

それと同じことが携帯電話でも起こらないとは限りません。ランドデザインを誰もやっていないからです。

ユビキタス・コンピューティング社会の実現

さて、「ユビキタス」の話をさせていただきます。ユビキタス・コンピューティングの社会が出来るとすれば、私の考えでは端末はノートPCと携帯電話だと思います。PDAはいくら小さくなくても中途半端だだと思います。ポケットに入れたら着崩れますし、携帯電話は持たないと仕方ない。携帯電話を持ってさえいればもうPDAはいらないと思います。しかし、携帯電話でパワーポイントやエクセルは使えませんから仕事をしようとするPCがいると思いますので、やはりPCと携帯がユビキタス社会のデバイスだろうと思います。

ところで、パソコンでのユビキタス・コンピューティングというとやはりホットスポットが頭に浮かびますが、なぜあれは普及しないのでしょうか。

私達の多くはホットスポットに期待はしたけど、結局、マックへハンバーガーを食べに行くのにノートPCを携えて行ってウェブサーフィンを楽しむ人たかなんて極特殊な人なのです。昼ご飯くらいはPCを忘れて食べたい、というのが人情でしょう。このようなホットスポットは全然ダメです。しかし、ビジネスホットスポットは、これからチャンスが出てきたと思います。ビジネス・スポットはワーク・スポットとも呼ばれますが、そこからウェブサーフィンじゃなくて自分の会社のサーバーに直接アクセスできるものです。勿論、セキュリティはバッチリです。これは便利ですよ。

実は、私は今そういう先端的な、しかも無線LANや

FOMAやKDDIのEV-DOといった異なるワイヤレスの環境をスイスイとシームレスに渡り歩けるモバイルVPN（仮想プライベートネットワーク：Virtual Private Network）を実践している、きっと最初の人類の1人じゃないかと思っています。今も持ってきているPCの中にはクライアント・ソフトが入っていますし、会社にはそのルーターを置いております。これでユビキタス・コンピューティングが出来ます。自分のオフィスでPCを使って仕事をしていて、会議室で会議が始まるという時はLANケーブルを外して(unwire)会議室に行きますが、会議室にはワイヤレスLANが来ていますので、そのまま会社のサーバーに繋がったままです。それまでパワーポイントの6ページ目を修正していたとすると、無線LANに入った瞬間に6ページ目が出ます。アプリケーションを閉じたりウィンドウを閉じたりする必要は全くありません。例えばノートPCの蓋をしてスリープモードにして家に帰ります。家にはもちろん無線LANを敷いています。ですから、家に帰ってご飯を食べて「さあ、やるぞ」とノートPCの蓋を開けたらすぐに先ほどのページの続きから出来ます。これは目の覚める便利さですね。しかも、それぞれの接続に際して世界標準のIPsecという世界標準のセキュリティが厳重に掛かっているのです。セキュリティは心配しなくて良いのです。これがユビキタス・コンピューティングだと思います。皆さん「そんなこと俺もやっている。家に帰ったらEメールで仕事している」と思うかも知れませんが、Eメールと直接サーバーに入ることは全然違います。Eメールで仕事をするにはメールがこないと仕事が出来ませんが、サーバーに入れるということは、いつも仕事をしている同じ環境ですので、家で仕事することとオフィスで仕事することの差が無いのです。これは便利です。それが、どこでも出来るのです。

実は、この「どこでも」というのに今はちょっと苦労しております。これもグランドデザインに関係しますが、例えば新大阪駅、あそこも無線LANが敷設されているのですが、事前に会員になっていないと使用できません。ドコモのM-ZONEも同じです。すると、ユビキタス・コンピューティングって言うけど、事前に

すべての会員になってないと全ては使えない訳ですね。最近ではホテルの部屋にもLANのケーブルが敷設されているので、昨晚も泊まったホテルで快適に仕事をさせて頂きました。ということは、これから無線LANが広がっていく時に、シームレスにローミング（無線の環境からこっちの無線の環境に移ることをローミングと言いますが）が出来るようにならないと不便です。無線LANのサービス業者同士が事前に相互ローミング契約をしておいてくれる必要があるのです。そうすれば私達ユーザーはどこからどこへでも行けます。NTTブロードバンドプラットホーム(株)という会社をご存知でしょうか。NTT100%の子会社ですが、無線LANクラブというものを作って渋谷と新宿を中心に私鉄8社、地下鉄、JRの一部の駅に無線LANの拠点をつくっています。そのNTTブロードバンドプラットホームとNTTドコモのMゾーンはローミングの契約をしました。ですから、自由に移れます。これは業者の一部が既に問題に気付いていることの証です。

私のPCにはドコモのFOMAカードを差しています。それで何が出来るかと言うと、例えば会議室で会社の無線LANで仕事をしていて、急にタクシーで外出する場合、仕事の続きをしたかったら無線LANはありませんが、FOMAで自動的に会社のサーバー接続できるのです。どうです？ パソコンでがんがんに仕事する人には夢のような便利さでしょう。

KDDIは間もなく下り2.4メガのカードを発売します。このようにユビキタス・コンピューティング、ユビキタス・ネットワーク社会がどんどん近づいているのです。

ユビキタス・コンピューティング社会になった時、経営者はどうするか

そこで問題は、初めて今日皆さんにお渡ししたテーマに行くんですけど、その時に経営者はどうするのか。そのことをお話ししておしまいにしたいと思います。

ここにいる人は、みなさん電子メールのユーザーだと思いますが、電子メールが会社にとって戦略的武器になっているという人、手を挙げてください。いないですね。なぜですか？ 答は一つだと思います。経営

者がメールをやらないからです。経営者が電子メールにきちんと経営の指示を出さないからです。もう一度聞きますけど、皆さん方の会社で社長が電子メールであなた方の経営に関する問題提起などについてきちんとレスポンスするという方は、手を挙げて下さい。やはり無いですね。

まだまだ日本では特に経営者の方々に、「PCのキーボードは面倒くさいから嫌だ」という人たちがいます。「そのうち音声入力が出来たらやる」なんて言っている人もいますがそんな日を待っていたら自分が先に死んでしまいますよ。キーボードは10本指を全部使ってタッチタイピングをしなければと思うから難しいのであって、社長が長いメールを書く必要はないのですから一本指でゆっくり打てばいいのです。「よし、その提案に1000万円予算を付けよう」とか「この提案者はこの点がだめだ。こういう角度からもっと精度を上げて調査をせよ」とか「提案は了承するが、この会社はAさんがキーパーソンだ。うちの営業本部長がAさんとのコネが強いからアドバイスを受けるように」とか、本当に重要なメールは1, 2行でいいのですから一本指で全然問題ありません。社長が、そして経営のトップ全員がメールに重大な情報をインプットしてやれば電子メールは重要な戦略的武器になるのです。しかも、先に述べたように、単なるメールではないユビキタス・コンピューティング時代が始まろうとしています。経営者がITに対して積極的に関与し、参加することが企業の競争力を大きく左右することになるでしょう。

(文責：総務企画部)

財団法人 関西社会経済研究所 (KISER)

<http://www.kiser.or.jp/>

シリーズ3回目の本号では、「財団法人関西社会経済研究所」さんを訪問させていただき、専務理事 武田 壽夫様に当財団の専務理事 金井がインタビューさせていただいた内容を要約して、ご紹介させていただきます。

「関西社会経済研究所」としての活動

Q (KIIS / 金井) : 昨年4月に、関西経済界が中心となって設立した4つのシンクタンクの統合再編により、関西社会経済研究所(以下、KISER)さんが取り込まれる事業の領域も広がったと思いますが、まず、統合後の方針等について簡単にお話いただけますでしょうか。

A : (KISER / 武田) : 事業としては、「調査・研究」「政策・施策の提言」「研究者支援」の3本柱です。つまり、内外の社会経済全般の諸問題や関西の発展戦略、それに産業競争力を強化するための調査研究をベースに、実効性のある政策・施策の立案、提言を打ち出していくこと、同時に、学術研究助成・支援を通じて、この面でもお役に立っていきたい。「関西の知的中枢」として実効性ある政策・施策を発信すると共に、学術振興に資する各種の支援事業を行うのが使命と思っています。

Q : 事業を推進していく上でのKISERさんの強みはどういったところにありますか。

A : 会長には関経連の秋山会長に就いていただき、経済界あげてのバックアップをいただいていること、大阪大学の本間先生に所長として陣頭指揮をとっていただき、国や地方の行財政改革といった国の重要課題に注力できることです。また、各分野の先生方15人を「リサーチ・フェロー」としてお迎えし、随時アドバイスいただけるというのも強みの一つです。現在は、これらの強みを生かして三位一体改革のあり方について、提言の仕上げを急いでいます。

Q : 三位一体改革のような大きなテーマの場合、中央との関係は、どのようにお考えですか？

A : 中央の迷走しがちな議論に対し、地方主権への流

れ、あるいは国をあげての取り組みという、筋の通った議論や都道府県の税収シミュレーションといったデータに基づく分析をもとに、実施可能な提言としてまとめたいと思っています。

(編集部注) 「三位一体改革への緊急提言」については、インタビュー終了後の11/25にプレス発表されました。内容については、KISERさんのホームページに詳しく紹介されています。(以下、参照)

http://www.kiser.or.jp/research/sanmiittai_teigen.html

関西地域・産業の活性化を目指した事業等の取り組み

Q : その他、具体的にはどのような事業へ取り込まれていますか。

A : 関西地域の発展と産業競争力の強化に関する調査研究活動の一環として関西経済の現状把握のために、前身である(財)関西産業活性化センターから引き継いだ「関西活性化白書」は充実させていきたいと思っています。新たな取り組みとしては、地方主権時代の、地方自らの地域経営を支援できるような「関西モデル」の開発を行っております。これは、まず、整合性のとれた府県の産業連関表作成から取りかかっているところです。

Q : 自治体経営評価もされているそうですが。

A : はい。市町村は今後の地方分権型社会の主役です。そのパフォーマンスを出来る限り様々な観点から客観的に判断するために、「行政運営」「財政力」「厚生水準」の3つの視点から試みたものです。試行として、関西の10万人以上の人口をもつ全48市のランキングを作り、上位自治体については、

公表しています。広くご意見をいただき、より有益なものを目指したいと思っています。

Q：KIISでも自治体評価に継続して取り組んでいる研究員がいますが、KIISの提言は、特定の分野（ゴミ処理）に的を絞り、実際に自治体へのアンケートを複数回実施して、評価手法の改善プロセスの検証を行ったもので、かなり実務的な内容でしたが。

A：そういった、個別具体的な調査研究ももちろん大切です。KISERの自治体経営評価のような総合的、多面的な調査研究と、KIISさんのようにサービスの各分野に着目して、改善につなげる調査研究は、車の両輪のように、どちらが欠けてもうまく行かないのではないのでしょうか。マクロとミクロ、総括的アプローチと実施面からのアプローチといった言い方でもいいのですが、どちらも重要です。

KIISについて

Q：昨年の再編・統合により、KIISとKISERさんの距離が近くなったような気がしておりますが、KIISとの関わり方や、KIISに対するご要望等についてお聞かせいただけませんか。

A：再編統合以降、KIISさんは情報化など地域の活性化に貢献するプロジェクト系の財団として、KISERは、関西の戦略や政策提言を企画・立案するといった政策系の財団として活動しており、お互いの分野は共に重要であると思います。先程の自治体評価の事例は、まさにその好例で、連携は今まで以上に必要だと思います。その他にも、KIISさんが事務局をお務めになっている、地方シンクタンク協議会の成果にも関心をもっていきたいと思っています。

（財）関西情報・産業活性化センター（KIIS）の賛助会員様へのメッセージ

Q：最後に、読者であるKIIS賛助会員様へメッセージをいただけませんか。

A：今が一番厳しい時期ですが、分権への長い取り組みや、競争力強化への様々な取り組みが成果を見

せてくる時期も近いと思います。

KISERとしては、オール関西の期待に応えるべく長年にわたり築き上げてきた学界・経済界の幅広いネットワークをさらに拡充しつつ、実効性のある政策提言等、研究所なりの貢献を目指したいと思っています。また、昨年旧活性化センターの機能を分け持って再出発したKIISさんとは、いわば兄弟の仲が深まった感じがしているので、今後は、従来以上に連携を深めたお付き合いをお願いしたいと思っています。

Q：こちらこそよろしくお願いします。本日は、お忙しい中、どうも有り難うございました。

以上



< KISER / 武田専務（写真左）と対談する

KIIS / 専務理事 金井（写真右）>

e おおさか i D C の活用

財団法人 関西情報・産業活性化センター
i D C 事業部

1 . e おおさか i D C の主な特長

e おおさか i D C (大阪府立インターネットデータセンター) が 2003 年 7 月に日本初の本格的な公共 i D C としてオープンしました。

e おおさか i D C は、総務省の「地域 I T 拠点の整備-自治体ネットワーク施設整備事業 (IPv6 データセンター)」に基づき整備されたもので、I P v 6 にネイティブで対応するなどの高機能・高品質な機器設備を備えた先進的なインターネットデータセンター (i D C) です。

e おおさか i D C のもつ特長としては、

- (1) i D C としてのネットワーク面はもちろん、設備の面においても万全のセキュリティ対策を施すなど高度な安全性、安定性を実現
- (2) I X に直結する回線を確保しているほか、複数キャリアによる複数回線を実現するなど冗長化された高品質なネットワーク環境を確保
- (3) L G W A N (総合行政ネットワーク) に接続する環境を整えており、電子自治体向け A S P サービスなど行政向けサービス提供のための機能が充実
- (4) 大切なデータを電磁波等の影響から遮断した環境で保管する「エスクロー」室を設置
- (5) データセンターゾーンに設置した機器の検査、試験、運用をはじめ、各種の開発作業などを行うためのスペースとして開発室サービスも提供などで、各種の通信機器の設置・運用はもちろん、開発・保守・保管といった作業面までも考慮した特色ある各種サービスを総合的に提供しています。

本稿では、e おおさか i D C が有する様々な機能・特長を活かした活用法について、いくつかご紹介していきます。

2 . I P v 6 普及センターとしての活用

e おおさか i D C は、インターネットの新規格である I P v 6 にネイティブで対応しています。I P v 6 というのは、現在主流の規格である I P v 4 に比較してアドレス数が増大し、セキュリティ機能が拡張された規格のことです。どのくらい強化されているのかをアドレス空間でみますと、現在の I P v 4 でのアドレス数が^{2³²}個 (約 41 億個) であるのに対し、I P v 6 では、^{2¹²⁸}(3.4×10^{38}) 個になります。これはちょっとピンときませんが、ある人は「地球上に存在する砂の一粒一粒に割り振っても余りある。」というような表現をしています。もう少し具体的に計算してみますと地球の表面積は約 $5.1 \times 10^{14} \text{ m}^2$ ですから 1 m^2 あたり 6.6×10^{23} 個、1 平方ミリメートルあたりにしても実に 6.6 兆の 10 万倍という途方もない個数を割り当てることが可能である、ということになります。

また「ネイティブ対応」というのはトンネル接続 (I P v 6 のパケットを I P v 4 を経由して中継する接続形態) に対比する概念で、直接 I P v 6 網に接続し、パケットを流す方法のことです。これにより I P v 6 本来の高品質な通信を確保することができます。

この I P v 6 の採用する利点は、潤沢なアドレス空間を利用して、構造 (階層) がはっきりとしたアドレス指定やルーティング設計が可能になる、暗号化が標準となりセキュリティ機能が強化される、など従来の枠を超えたインターネット環境を手に入れることができるようになることです。

I P v 6 は、欧米などでは公的機関での採用が始まるなど、徐々に利用が広まってきており、e - J a p a n 戦略を打ち出し、「世界最先端の I T 国家になる」という目標を掲げるわが国においてもその対応が急がれるところです。

そこで、I P v 6 へ完全に対応した設備基盤を有す

るeおおさかiDCの利点を活かし、技術的な側面や開発、運用のための人材養成、さらには普及促進に向けた情報交換や実証実験、周知活動などをトータルに推進する総合的なナショナルセンター機能を提供していきたいと考えています。これによりわが国における新規格の普及・発展を図り、IPv6の普及に弾みをつけます。(図1)

3. ソフト・コンテンツ・アーカイブの流通拠点

近年の急速なインターネットの発展や高速な通信回線の普及、また2003年12月から三大都市圏で放送が開始されたテレビ地上波デジタル放送などを背景に、高品質・長時間の映像・デジタルコンテンツなどに対する需要が、エンターテインメントや教育分野を中心に高まりつつあります。

これらのコンテンツは、企画～制作～表現・発表～蓄積・活用という流れを経ていきますが、eおおさか

iDCでは、その特性を活かした役割を各々の場面で担っていくことができます。

動画などのファイルサイズの大きなコンテンツを制作・保管・配信する際には、eおおさかiDCがもつ大容量で高速なストレージを活用、高速なインターネット環境との親和性を活かした同時・多数への配信など、デジタルコンテンツの政策・蓄積・活用の場としての役割を果たします。

4. バックアップ機能を活用・強化したナショナルセキュリティの確保

ブロードバンドや地域の公共ネットワークの普及により、今後ますますインターネットの利用者の増大と飛躍的なトラフィックの急増が見込まれます。

このような中では、安定的な稼働が求められるシステムの信頼性を多面的に確保することが必要になります。従来、日本では、遠隔地へのデータバックアップ

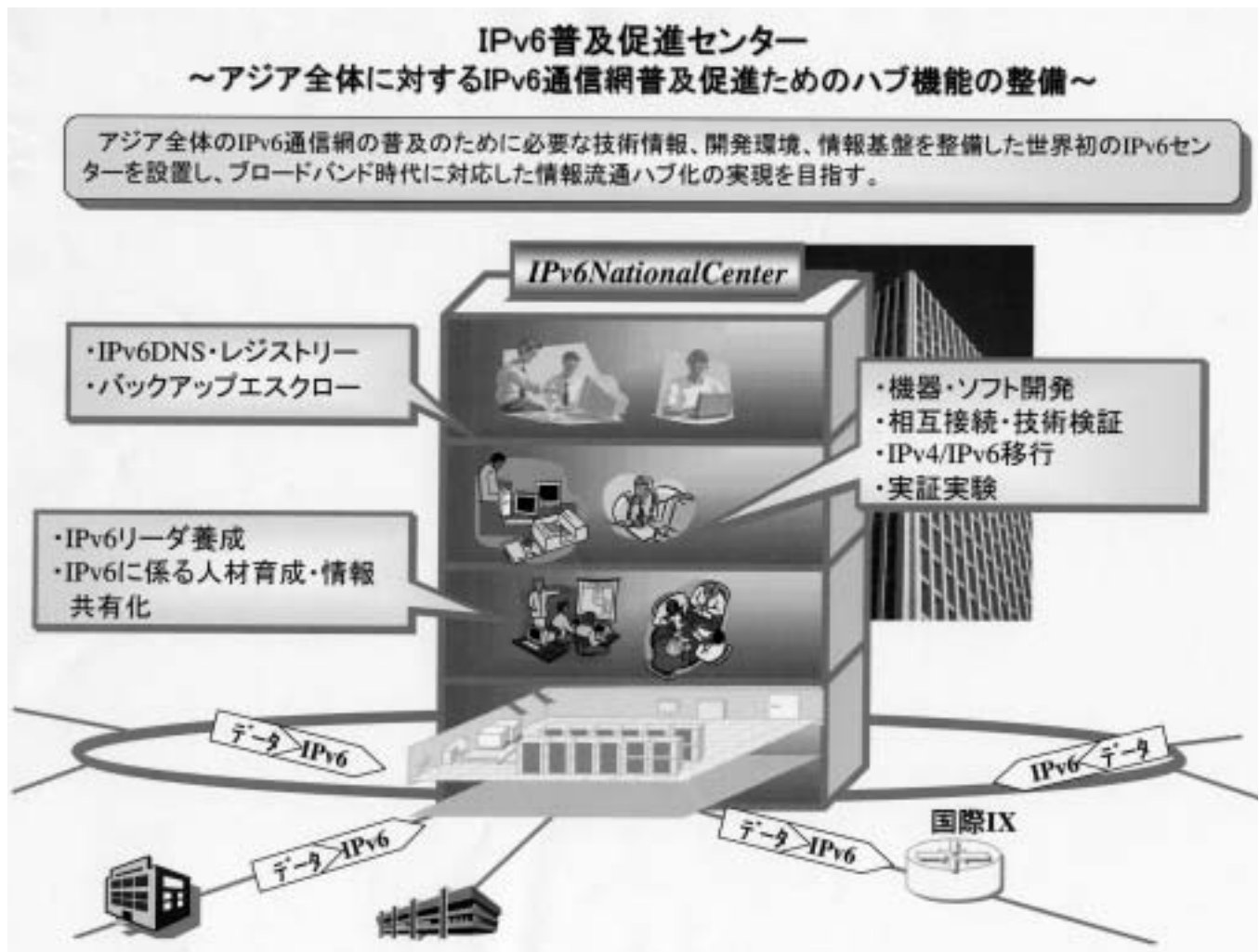


図1 IPv6普及センター

とホットスタンバイシステムの確保は、費用や運用上の問題から、一部の大規模なミッションクリティカルなシステム(金融機関のオンラインシステムなどがその代表例)に限られていました。

しかし、現在では官民を問わず、その事業活動のほとんどは規模の多寡はあれ、情報システムの利用を前提に行われているのが実態です。このような状況では、例えば企業活動においてもフロントエンドはもちろん、バックエンドも含めたシステム全体を見据えたバックアップや万一の際の運用体制への取組みが求められます。つまり、高信頼無停止が求められるシステムが特別なものではなくごく普通のことになりつつあるといえます。

そのため、わが国のナショナルセキュリティ確保においても、現状を踏まえた視点からバックアップシステムを構築することが不可欠です。eおおさか i D C と東日本に位置する i D C が連携を図り、相互にデー

タの同期を取り合うなどの取組みにより、より簡便で経済的なバックアップの仕組みを構築することが期待できます。(図2)

5. eおおさかCDC(地域コミュニティサービス)の提供
eおおさか i D C を拠点に、地域企業や自治体などと広く連携・協同して充実した先進的 I C T (Information and Communication Technology) サービスを提供するため、官民連携による地域コミュニティ形成を進める「コミュニティデータセンター事業(eおおさかCDC)」が展開されています。

この、地域密着型のワンストップポータルを目指す「eおおさか」は、公的手続きと民間手続きを一貫して済ますことのできる「手続き」や、「快適生活」「ビジネス」をキーワードとした全国初の官民連携ポータルです。「手続き」からは、新事業創出促進法(いわゆる1円創業)の電子申請を可能にする「創業なび

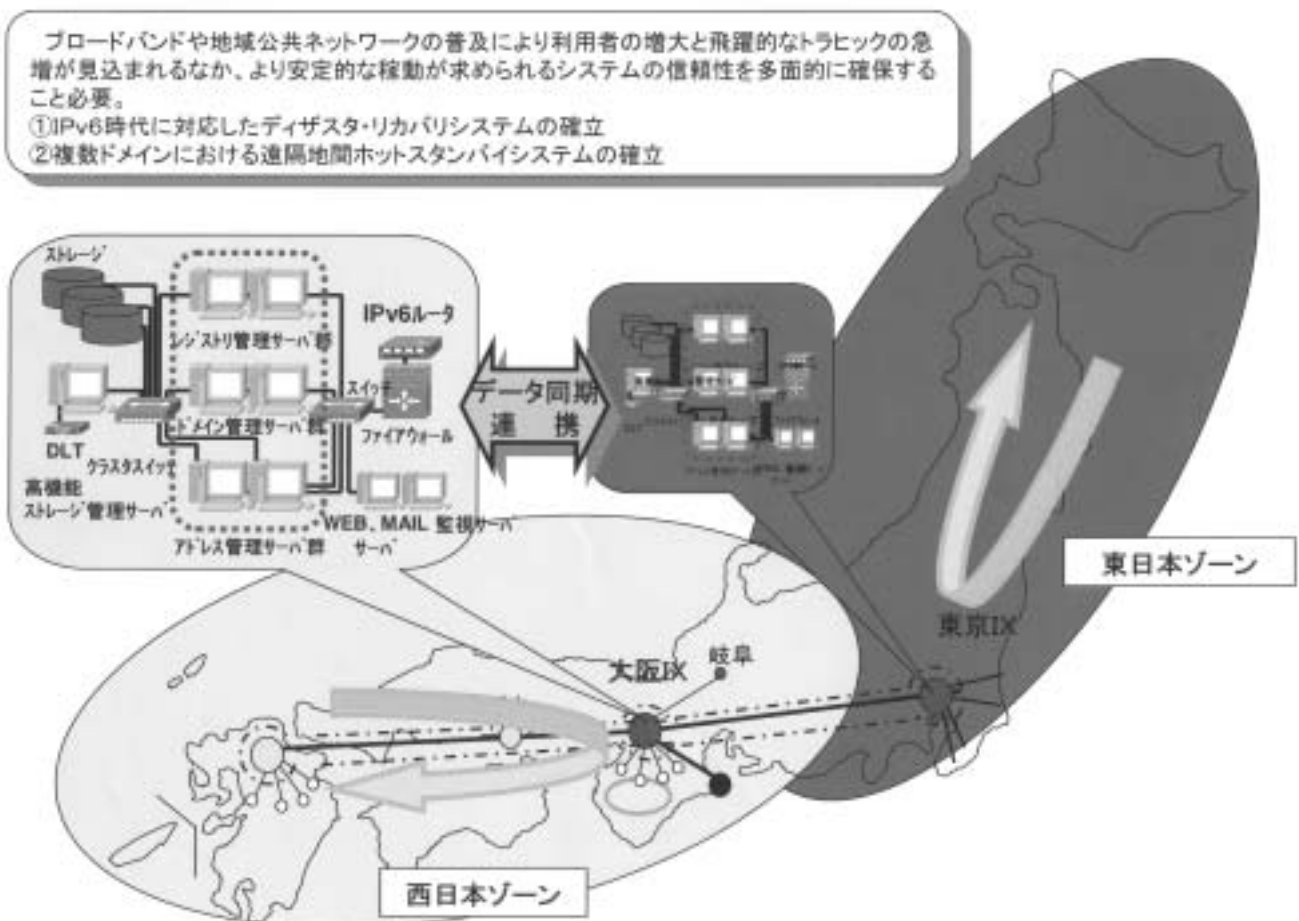


図2 ナショナルセキュリティ確保について

「eおおさか」も提供されています)

eおおさかiDCでは、ファシリティや基盤的サービスにとどまらず、地域社会や地域経済の活性化に寄与する様々なサービスを提供していきます。(図3)

6. LGWAN - ASP基盤の提供

eおおさかiDCでは、LGWAN(総合行政ネットワークシステム)への接続環境として、ファシリティサービスとホスティングサービスを提供します。この結果、例えばLGWANを利用した自治体向けの特定業務アプリケーションやストレージサービス等のアプリケーション及びコンテンツサービス提供を行うとする事業者にとっては、eおおさかiDCを利用することにより、同一建屋内で各自治体に対して直接サービスを提供できることになります。

eおおさかiDCでは、今後この機能を活かし様々な場面でより多くのLGWAN - ASPサービスなどを

提供し、サービス提供事業者とそれを利用する自治体の利便性向上の取組みを進めていきたいと考えています。

7. おわりに

eおおさかiDCの活用が想定されるいくつかの場面をご紹介しましたが、もちろんeおおさかiDCの利活用はこれらに限られるものではありません。

今後とも、利用者の方々の要望や意見を取り入れることはもちろん、積極的な活用方策のご提案を行い、公共iDCとしての利便性向上を図りながらIT社会の推進の一翼を担っていききたいと考えています。

どうかみなさま方のご支援、ご協力をよろしくお願いいたします。

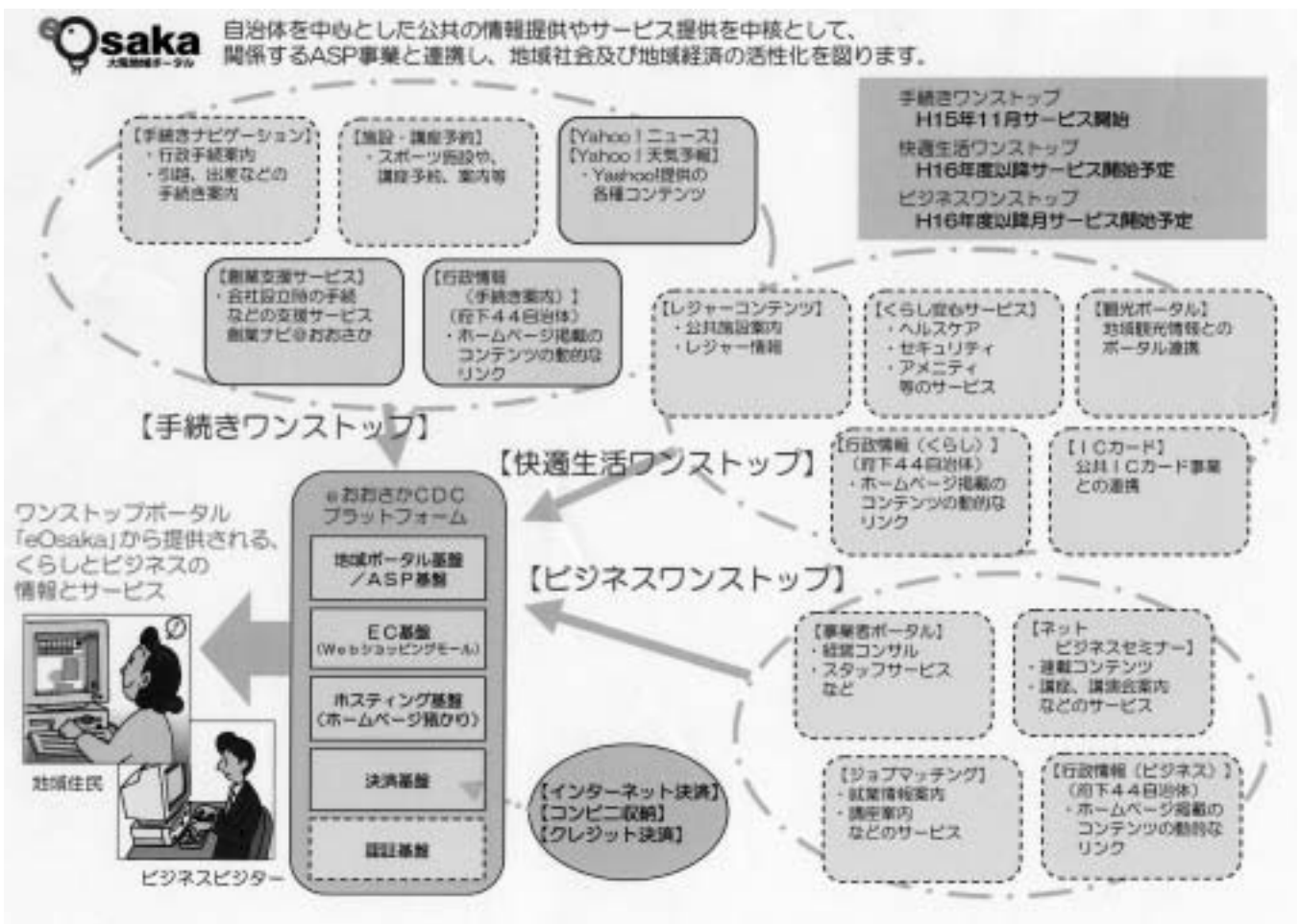


図3 ワンストップポータル「eおおさかCDC」の全体イメージ

電源地域振興方策調査について

財団法人 関西情報・産業活性化センター
地域振興事業部

電源地域の自立的発展、電源立地を契機とした地域振興効果をより高めるために「電源地域振興指導事業」が国の支援事業として、昭和63年度から実施されている。情報力、企画力などソフト面における支援を強化し、地域の自助努力を側面的に支援するもので、(財)電源地域振興センターや地域産業活性化センター等が主体となって具体的な「電源地域振興方策」を取りまとめる。

平成15年度、(財)関西情報・産業活性化センターでは、以下に掲げる4つの電源地域振興方策調査を近畿経済産業局から受託し、それぞれに有識者や地元関係者からなる調査委員会等を組織して調査に取り組んでいる。

1. 鉱石の道産業遺産活用調査

鉱石の道産業遺産活用調査委員会委員長
足立 裕司 神戸大学教授

大屋、朝来、生野の三町は、鉱山城下町として相互に連携しながら発展し、我が国の産業を支えてきた。しかし、円高を背景とした海外鉱石との価格競争などを要因として昭和48年～62年にかけて鉱山の輝かしい歴史に終止符が打たれ、多くの産業遺産は放置されたまま現在に至っている。

近年、地域活性化が大きな課題となっている中で、大屋、朝来、生野の三町は、これら産業遺産を活用し、地域活性化を企図した地域振興計画をとりまとめる。三町を結ぶ象徴は、鉱石が辿った「鉱石の道」であることから、本調査名を「鉱石の道産業遺産活用調査」とし、本年度は振興計画の大枠について検討し、次年度は具体的なアクションプランを取りまとめる予定である。

調査の目的は大きく分けて二つある。一つは、産業遺産を活用した観光事業や体験ツーリズムなどを柱と

する地域振興策を取りまとめる。産業遺産に人が集い、楽しく素敵なまちづくりがなされ、それが地域の活性化につながっていくことを目的としている。そのためには、三町を結ぶ「鉱石の道」をイメージし、その上に産業遺産を活用した観光事業を展開し、更にはこれをベースとして、産業、生活、文化を再構築していくための振興計画を策定する。

もう一つの目的は、多くの優れた産業遺産が地域を支えてきた長い歴史を宿し、都市と地域の交流に大きな役割を果たしてきた価値を有していることから、次の世代に継承していく手立てを検討する。

当該調査は、鉱石の道産業遺産活用調査委員会を設けると共に、委員会の円滑な活動を支えるために、「産業遺産・調査チーム」、「産業遺産を社会の中で復活させるための検討チーム」、「産業遺産を整理し、観光事業への道筋を検討するチーム」を設け鋭意調査・検討を進めている。

2. 京都府日吉町観光基本計画策定調査

日吉町観光基本計画策定調査委員会委員長
宗田 好史 京都府立大学助教授

京都府日吉町は大堰川水系の山紫水明で、豊かな自然に恵まれた中山間地である。平成10年日吉ダムが完成し、それに伴って温泉保養施設や府民の森が建設された。

これを契機に平成12年には50万人近い観光客が日吉町を訪れるなど、観光入り込み客数は平成9年の15倍と飛躍的に増加している。このため、日吉町は平成12年度に策定した第3次日吉町総合計画において、観光による地域振興を重点プロジェクトの一つとして位置付け、日吉町の活性化に向けたまちづくりを企図するなど、観光振興に対する期待は官民を挙げて高まってきている。

しかし、観光入り込み客数に比例して消費が増加しておらず、観光振興による効果を日吉町の経済に如何に反映させるかが大きな課題となっている。また、更なる観光誘客を図るために、自然に親しむ滞在型観光や農林業体験型観光等の観光資源の開発、特産品・名産品の開発、宿泊施設の整備なども大きな検討課題となっている。

一方で近年、京都府中部地域で観光型施設が相次いで整備され、また同地域内にも亀岡市や美山町など観光老舗地域があり、近隣地域との連携も重要な課題である。

こうした状況から、日吉町においては、周辺環境や時勢、住民意向などを的確に把握し、より実効性のある効果的、戦略的な観光施策を推進するために「日吉町観光基本計画の策定」を行う。このため、学識経験者、町内関係者、行政等から構成する「日吉町観光基本計画策定調査委員会」を設け、観光推進体制づくり、観光ネットワークの構築、観光拠点づくり、他産業との連携強化 などについて調査・検討を進めている。

3. 印南町における高速道路を利用した集客産業振興調査

印南町地域振興策定調査委員会委員長
岡田 憲夫 京都大学防災研究所教授

和歌山県印南町は和歌山県沿岸部のほぼ中央に位置し、町面積の74%が森林である。温暖な沿岸部の農業は国道24号線沿いにハウス棟が立ち並び、きぬさやえんどうは日本一の生産量を誇り、山間部の冷涼な気候を生かした千両栽培の生産量は全国2位となっている。また、真妻地区はわさびの原産地として有名である。印南町はこうした豊かな自然条件に恵まれた農業主体のまちである。

しかし、第一次産業を含めた産業全体が昨今の景気の影響によって低迷状態が続いており、加えて高齢化の進行、若者の流出による人口減少など、印南町を取り巻く社会環境は極めて厳しい状況となっている。このため、印南町に埋もれている観光資源の発掘と観光産品の開発を行ない、町の豊かな自然と平成15年度

開通の「近畿自動車道紀勢線」の効果を最大限に活かした、観光産業・地場産業を柱とする町おこしの機運が急速に高まってきている。

本調査は、委員会の下に、町民からの公募者14名、役場職員15名で構成する「印南町いきいきまちおこし塾」を設け、実践的なまちおこしの視点から、印南町の宝物は何か、それを如何にして実際の宝物（印南町固有の産品である資源）に仕立て上げるか、それをどのような戦略でプロデュースしていけばよいのか、等について参加者全員の知恵や感性を総動員しながら具体的・多角的な印南町の振興方策について検討を行い、委員会の総合的な検討を経て、速やかに実現可能な「印南町地域振興策」を取りまとめる。

地域振興は、地域住民、自治体、地域の産業などが一体となった取り組みやコンセンサスの形成が重要であると言われている。印南町における取り組みはこうした問題意識にたった試みであり、今後の地域振興の一つの方向を示すものとして、その成果が期待される。

4. 美浜・三方広域振興計画策定調査

美浜・三方広域振興計画策定調査委員会委員長
高田 公理 武庫川女子大学教授

美浜町、三方町はリアス式海岸特有の美しい海岸線や三方五湖の湖沼景観、豊かな海産物など豊富な観光資源や魅力を有していながらも、それを観光誘客に活かしてきれていない。

このため今回の調査は、両町に存する観光資源や観光の魅力を抽出し、ブロードバンド等のITを活用し観光情報を発信することによって、新たな観光誘客の増を図り、観光産業を始めとする関連産業の振興など、美浜町、三方町の活性化に向けた方策や道筋を明らかにしようとするものである。

近年のブロードバンドサービスの普及は、遠隔地の情報発信、とりわけインターネットの利用のあり方を根本から変革しようとしている。一方、携帯電話の普及は7千万台に達し、音声や動画等の技術も急速な進化をみせている。

本調査は、こうしたブロードバンドなど最新の情報通信技術を有効に活用しようとするもので、両町に

存する観光資源情報をデジタル化、動画等のコンテンツとして再構成、ITシステムによる発信等によって都市圏を始めとする各地域からの観光誘客の増加を企図したものであり、また、携帯電話との組合せによってきめ細かな観光案内を可能にするなど、観光客の新たなニーズに応えようとするものである。

具体的調査は、地域の観光等の魅力を抽出しコンテンツを作成するための観光資源等の調査を行なう委員会と、コンテンツを発信するための「ITトータルガイドシステム」を検討・開発するワークショップの二つの枠組みを設け進めている。

本調査は、美浜町、三方町のみならず、他地域の活性化にとっても有効であることから、他地域への活用・展開も期待される。

お問い合わせ先

(財)関西情報・産業活性化センター 地域振興事業部

TEL : 06 - 6346 - 2981

行政の情報化に関するアンケート調査の概要

財団法人 関西情報・産業活性化センター
調査事業部 研究員 石橋 裕基

当センターでは、行政・地域情報化フォーラム^{*1}の一環として、平成10年より関西地域（2府5県）の自治体を対象に情報化に関する施策展開の状況や課題等について、毎年アンケート調査を実施しております。このたび、平成15年6～7月に実施した調査結果^{*2}がまとまりましたので、その概要を報告いたします。

1. 調査概要

- (1) 目的：関西地域における行政・地域の情報化の現状を把握し、行政・民間企業・学術研究機関等の知識を集約したその後の行動計画に活かし、関西地域の活性化に資する。
- (2) 調査内容：情報化推進体制・推進計画策定の状況、庁内の情報化、電子自治体への取り組み状況、情報セキュリティ対策への取り組み状況、広域的な取り組み、インターネットの活用、CRM型行政、今後の課題、国の施策への関心
- (3) 調査対象：郵送による調査票の配布・回収。関西圏2府5県（福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）の府県及び市町村の情報政策・企画担当部署が対象。今年度は参考調査として関西圏以外の都道府県・政令指定都市にも調査票を配布した。総配布先自治体数は417団体。
- (4) 調査期間：平成15年6月～7月
- (5) 回収率：54.7%（228件/417件）

2. 調査結果

(1) 情報化推進計画策定状況

情報化推進計画の策定は、全体では70%近い自治体で策定済み、または策定予定である。昨年度調査に比べ人口1万人～5万人未満自治体での策定が進んでいるが、依然としてその策定率は低い水準であり、人口5

万人以上の自治体との格差は大きい。(図1)

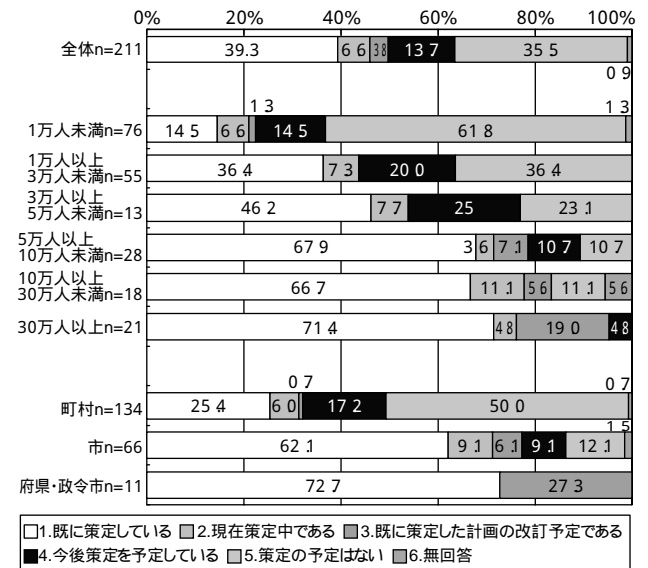


図1 情報化推進計画の策定状況

(2) 情報インフラの整備状況

パソコンの配備率は市町村平均でも1.2人に1台という水準に達しており、ほぼ「1人1台パソコン」が実現されたと言える。また、LANの接続率も市町村、府県平均ともに80%を超えている。(表1)

表1 パソコンの配備率、LAN接続率の推進

	平成15年 6～7月	平成14年 6～8月	平成13年 3～4月	平成12年 2～3月	平成11年 2～3月	平成10年 2～3月
パソコン配備率	府県平均	0.9人/台	1.2人/台	1.2人/台	1.9人/台	1.8人/台
	市町村平均	1.2人/台	1.4人/台	2.2人/台	3.4人/台	4.5人/台
導入されたPC のLAN接続率	府県平均	84.2%	78.2%	73.5%	64.4%	41.6%
	市町村平均	84.3%	75.2%	66.4%	50.3%	33.1%

(3) 電子自治体への取組状況

総合行政ネットワーク（LGWAN）

LGWANへの接続については、府県・政令指定市では100%の接続率である。その他市町村でも接続に向けた動きが見られる。接続を進めるに当たっての問題点としては、「電子化に対応した文書管理ができていない」、「全体的な情報が不足している」という回答

が多かった。特に資金、人材、情報の不足という回答は人口規模の小さい町村に多い。

取り組むべきもの

電子自治体の実現に向けて取り組むべき事項として関心の高いものは、全体では「電子申請」、「住民基本台帳ネットワーク」、「統合型GIS」となっている。これは昨年度調査とほぼ同様の傾向である。また、人口規模の大きい自治体や府県・政令指定市においては「調達業務」の期待が大きいという回答が寄せられた。

(図2)

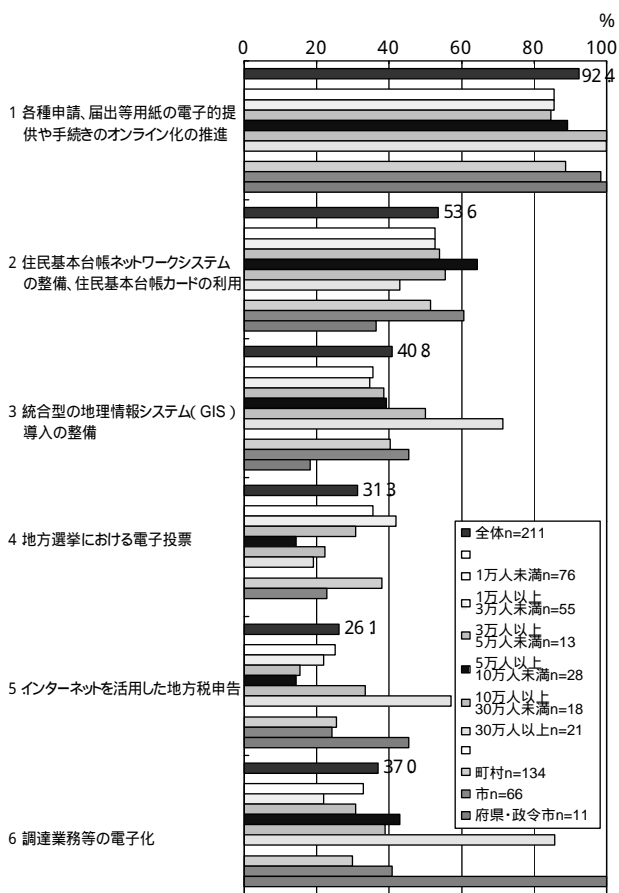


図2 電子自治体実現に向けた施策

i D C (internet Data Center) の活用

i D C の利用については、全体の6割強の自治体が「内容を把握した上で判断したい」と答えており、慎重な姿勢ながらも導入普及の可能性が読み取れる。昨年度の調査に比べると、1万人未満の自治体において「積極的にi D Cを利用したい」との回答率が増えている。具体的に考えている活用分野としては、電子申請、電子入札、電子調達、ホームページ運営、WEB・メールサーバーの設置が挙げられている。(図3)

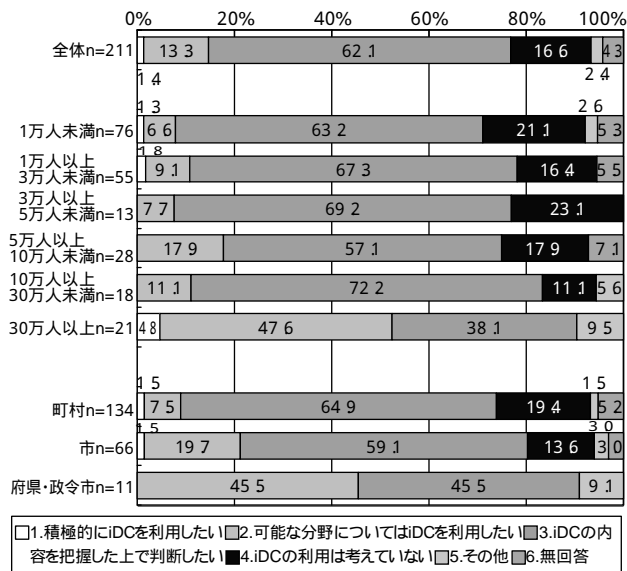


図3 iDC利用についての考え方

(4) 情報セキュリティ対策への取り組み

ネットワーク管理とセキュリティ対策の現状としては、「ワクチンプログラムの定期更新」、「ファイアウォールの設置」、「専用回線の利用」を採用しているという回答が多く、70~90%となっている。これらは昨

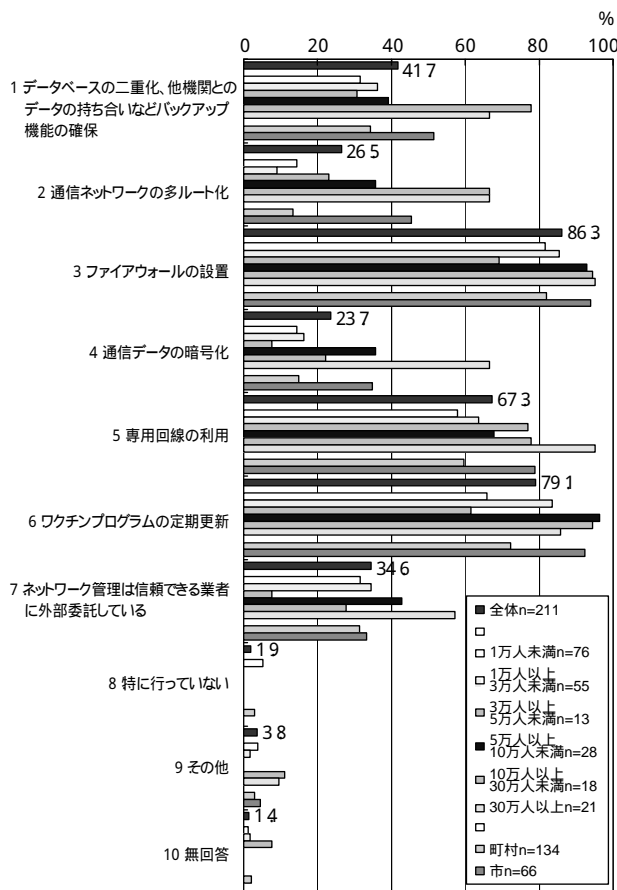


図4 実行しているネットワーク管理・セキュリティ対策

年度と比較して大幅な上昇であり、自治体においては特にコンピュータ・ウイルスに対しての危機意識が強まっていることがわかる。また、「セキュリティポリシーの策定」については70%を越えており、特に府県・政令市では80%以上の自治体で既に策定済みである。

(図4)

(5) 広域的な取り組み

ネットワークの共同利用については、昨年度調査と比較し、人口規模の小さい自治体においても近隣市町村での共同利用が重要であると考えていることがわかった。また人口規模が大きくなるにつれて、府県レベルでの共同利用が必要と考えるようになってきているようである。ネットワークの共同利用を妨げる要因としては、ネットワーク構築のための予算確保及び各団体への負担配分について課題が多いという回答であった。

(6) インターネットの活用

インターネットを活用した地域振興に関しては、全体的に最も多かった回答は「観光関連など地域情報の発信による集客力の向上」であったが、特に府県・政令市で「地域のベンチャービジネスの育成」、「地域の医療、介護、福祉活動等の支援」への利用に関心が高い。

(7) CRM型行政

CRM型行政に関する関心度合については、全体の半数が「わからない」と回答し、依然として普及前段階であるといえる。しかし関心のある自治体においては、「個々の住民の特性に応じた行政サービスを提供するため」、「住民の声や職員のノウハウをナレッジとして共有し効率化を進めるため」、「住民の声を分析し、施策立案につなげるため」という回答が高い割合を占め、今後積極的に活用する自治体が増えていくものと予想される結果である。(図5)

(8) 今後の課題

早急に取り組むべき情報施策としては、全体では「行政職員のネットワーク技術者、情報技術者の育成」

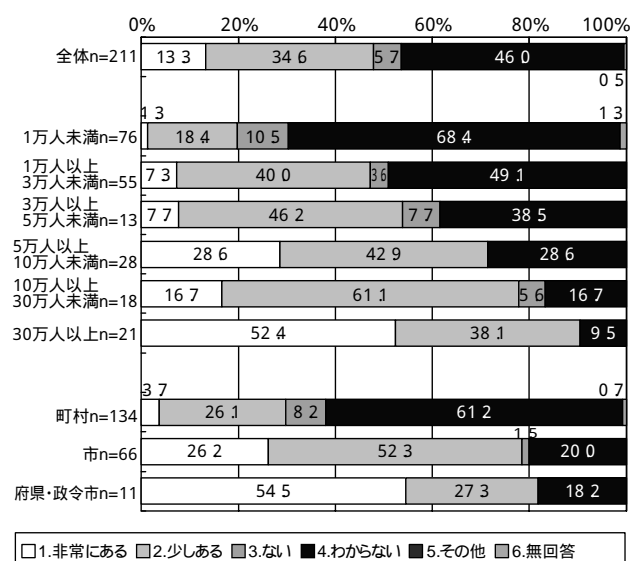


図5 CRM型行政についての関心

がもっとも多く、次いで「認証業務の活用検討と共同認証局の設置運営」、「広域公共情報ポータルサイトの構築」という結果であった。また府県・政令市を中心に、「情報化の企画力の養成」が重要であるという回答が得られた。

(9) 国の施策への関心

国の行政情報化施策に対する関心としては、「地域公共ネットワークの整備」、「地域間の情報通信格差の是正」、「共同アウトソーシングの推進」が高い割合であった。特に「共同アウトソーシングの推進」は府県・政令市において関心が高い。

3. さいごに

今年度の「行政情報化に関するアンケート調査」結果について、行政情報化を取り巻く国の動向等を踏まえ、概観することとする。

1999年12月に発表された「ミレニアム・プロジェクト」において本格的に動き始めた「電子政府・電子自治体」は、そこに掲げられている目標年度である2003年度を迎え、一定の基盤が構築されたと言ってよい。国の動向を見ると、住民基本台帳ネットワーク(住基ネット)及び総合行政ネットワーク(LGWAN)について、今年度中に本稼働もしくは多くの自治体での接続が実現された。また政府認証基盤(GPKI)、

地方自治体認証基盤（LGPKI）の整備も進められており、さらには住民基本台帳ネットワークとリンクした公的個人認証基盤（JPKI）に関する実証実験等も行われている。

自治体内部においても、「職員1人1台パソコン」がほぼ全ての自治体において実現され、またそれらPCの庁内LANへの接続もほぼ完了しているということがわかる。さらに、庁内からのインターネット接続や電子メール活用についてもほぼ全ての自治体で行われており、地方自治体庁内における情報基盤の構築についてもある程度の完成を見たと言ってよいだろう。

こういった個人情報、行政情報のネットワーク化と相俟って、今年度のアンケート調査結果を見てもわかるとおり、セキュリティ保護の重要性についての意識も急速に高まっている。セキュリティ対策や個人情報保護に力点を置く自治体の割合が高くなるとともに、大阪府における地域IT拠点施設整備事業「大阪府立インターネットデータセンター（eおおさかiDC）」のように、自治体を含めた公共部門も対象とした、極めて強固かつセキュリティレベルの高い情報通信基盤施設を整備する取り組みも進みつつある。

これら情報システムやネットワーク、iDC等「物理的な」基盤構築とともに、昨今は「運用面での」行政情報化基盤構築についても取り組みが進められている。運用面での基盤構築としては、総務省によってガイドラインが示された「共同アウトソーシング」の考え方が重要である。

近年、行政改革の一環で多くの自治体で導入されている取り組みとして「行政評価」がある。行政業務の成果（アウトプット、アウトカム）を適確に把握し、投入されたコストとの比較を行うことで、次期の施策立案にフィードバックしていく取り組みである。情報

化プロジェクトにおいても、投入するコストとそのプロジェクトによって生み出される成果をきちんと把握する、行政評価の取り組みを導入していくことが重要であると思われる。その上では住民ニーズを把握した上で情報化施策の投資効果を適確に判断する、「選択と集中」「目利き」能力が必要とされる。住民が本当に欲しているサービス及びそのレベルはどのようなものか、いわば情報化施策におけるシビル・ミニマムについて検討が必要である。

わが国のインターネット利用人口は約7,000万人、さらにそのうちの約2,000万人がブロードバンド利用人口であると言われる（「平成15年度情報通信白書」、総務省）。今後ますますインターネット等ネットワークを通じた行政へのアクセスは増大すると考えられる。自治体においては、IT導入の目的をはっきりさせ、効果を適確に把握した上で、社会変革のツールとして積極的に行政情報化を進めていくべきであろう。

*1 行政・地域情報化フォーラム

当センターが主催する産学官による活動。会員数244名。シンポジウム、テーマ研究会（自治体版CRM、セキュリティ、公共iDCの活用）などを開催しています。

詳細は <http://www.kiis.or.jp/research/gtforum/> をご覧ください。

*2 報告書

A4版83頁（有料 会員：1,000円 非会員：2,000円）

研究員コーナー

財団法人関西情報・産業活性化センター

iDC事業部 研究員 芝原 努

皆さんこんにちは。iDC事業部の芝原と申します。KIISへの入所は1994年で、もうすぐ10年目を迎えようとしています。

KIISでは入所以来、主にネットワークシステムの構築や管理を担当していますが、プログラム開発やUNIXサーバ管理等の経験が長いことから、各種のシステム構築や開発プロジェクト、技術研修会の実施などに携わることも多くあります。

さて、「インターネット」という言葉は今日では当たり前のようになりましたが、私が入所した10年前には日本国内ではまだあまり知られておらず「インターネットって何？」という時代でした。今ではすっかり生活の道具となったWWW（World Wide Web）が登場したのも約10年前（正確には13年前）で、日本ではやっと、専用線によるインターネット接続が広まり出した時期でもありました。

KIISではそういった頃から様々なインターネット事業を行ってきており、当時、日本国内で二桁あるかないかというくらい珍しかったWebサイト作りも手がけました。その中のメインだった「KIIS歴史街道ホームページ」では、東大寺の写真を透かしのように使ったトップページを作り、国内外からかなりの好評を得たことを懐かしく思い出します。

一方、職場では、WindowsはWindows3.1、PCのネットワーク化はあの手この手を尽くさねば繋がらず、インターネット利用はもっぱらUNIX機でという状況でした。当然ながら、まだ個人用ISPなどというようなものもなく、ダイヤルアップ環境のような職場以外で個人がインターネットを利用する仕組みも未だ整備されていませんでした。そんな中、当時インターネットサーバといえば定番だったSunのワークステーションとモデムを組み合わせで独自のダイヤルアップサーバを開発し、賛助会員を中心とした個人ユーザにダイヤルアップ接続サービスを提供し始めたのは、少なくとも関西では初めてではなかったかと自負しています。その後、Windowsは標準でインターネット利用に対応したWindows95となり、世間でも商用ISPが増え、あっという間にインターネットが家庭にも普及しました。

今では、常時接続は当たり前。ブロードバンドと呼ばれる100Mbpsにも達する高速回線が家庭でも利用できるようになりましたし、カフェに行けば無線LANとノート

PCでいくらでもネットワークが利用できるようになりました。何とも、便利で楽しい時代になったものです。

今年度からはKIISによる大阪府立インターネットデータセンター（通称eおおさかiDC）の運用が始まり、iDC事業部のスタッフとして、この高度かつ強力な情報通信基盤を活用した新しい事業開拓に注力しています。関西のIT化推進を担うKIISの、今後益々の活躍をご期待下さい。

ところで、編集長から写真の掲載が必須だとの指摘がありましたので、ほんの少し、プライベートの紹介をしたいと思います。高校生以来10年近くご無沙汰していた古武道の稽古を、数年前からまた始めました。私が学んでいるのは歴史上日本最古と言われる某流派ですが、一般に古武道（古武術）というのは、よく目にするスポーツ的な武道とは異なり、ルールもなければ試合もない、戦国時代のように本当に生死をかけて人が戦った時の技や精神を受け継ぐものです。

そもそも生死をかけて相手を倒す技ですから、試合は危なくてできません（笑）し、ただひたすら型の稽古を行います。試合が無く稽古も地味なためか、若い人にはあまり人気がなかったり長続きしなかったりすることが多いようです。私もその口で、始めはしたものの途中から稽古に行かなくなり長い間ご無沙汰していました。ところが、皆、歳をとるにつれ道場に戻ってきます。この世知辛い世の中において、皆何かしら惹かれるものがあるのでしょうか。



写真は京都の山中にて居合の稽古をしているところです。普段、刀を持ち歩くことはできませんが、古武道には日頃護身術として役立つ技も数多くあります。来年四歳になる娘にもそろそろ道着を買ってやろうかと思っている今日この頃です。皆さんもし機会があれば一度古武道の世界をのぞかれてみては如何でしょうか。